

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan uji hipotesis yang dilakukan, maka dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara citra merek dengan keputusan membeli kartu Simpati pada mahasiswa UIN SUSKA Riau. Semakin positif (+) citra merek kartu Simpati maka akan semakin tinggi tingkat keputusan membeli kartu Simpati pada mahasiswa UIN SUSKA Riau.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain adalah :

1. Bagi perusahaan
 - a. Telkomsel perlu memfokuskan kebijakan pemasarannya pada usaha untuk mempertahankan atau memelihara serta meningkatkan kekuatan asosiasi merek kartu Simpati. Meningkatkan popularitas dan kredibilitas yang dilakukan oleh pihak perusahaan dalam meningkatkan kekuatan asosiasi merek. Selain itu, pihak perusahaan perlu menjalin kedekatan dengan pelanggan atau calon pelanggan, menjalin hubungan yang baik, serta melakukan pengenalan produk terhadap pelanggan atau calon pelanggan yang pada akhirnya dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan kartu Simpati.

2. Pihak Telkomsel juga perlu menaruh perhatian lebih pada keunggulan asosiasi mereknya dengan menambah persepsi nilai yang positif kepada konsumen terutama pada peningkatan kualitas produk serta nilai perusahaan dari kartu Simpati tanpa melupakan kualitas pelayanan. Karena kini telah banyak bermunculan merek-merek pesaing yang menawarkan produknya model-model yang bervariasi. Oleh karena itu, Telkomsel perlu menanamkan persepsi positif di benak pelanggan bahwa kartu Simpati adalah kartu seluler dengan kualitas tinggi yang tak kalah dari merek pesaingnya tanpa melupakan kualitas pelayanan.
3. Pihak Telkomsel perlu meningkatkan keunikan asosiasi merek terhadap kartu Simpati. Keunikan tersendiri yang dimiliki oleh setiap merek merupakan penilaian tersendiri bagi pelanggan, penilaian yang positif di pikiran pelanggan dapat memberikan keuntungan bagi pengembang merek. Usaha yang dapat dilakukan oleh pihak Telkomsel misalnya menciptakan slogan bahwa kartu Simpati merupakan kartu seluler dengan varian paket yang ditawarkan dan jangkauan terluas, sehingga para pelanggan akan selalu ingat dengan slogan tersebut.
4. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang mungkin akan mengkaji permasalahan yang mendekati atau bahkan serupa, peneliti saat ini menyarankan untuk memperluas populasi dan sampel penelitian yang ada, serta meneliti variabel bebas lainnya. Jika dibutuhkan, kiranya peneliti selanjutnya dapat bekerja sama dengan perusahaan terkait produk yang ada dalam penelitian ini agar

dapat mengajak perusahaan terkait untuk mengumpulkan data pengguna kartu Simpati sehingga banyak sampel penelitian yang bisa dipergunakan. Kontribusi besar bagi perusahaan label terkait adalah dengan mudah dapat memetakan seberapa banyak dan besar skala pengguna produk-produk unggulan yang mereka miliki.